

PRIMER ENCUENTRO NACIONAL DE GRADUADOS DE COMUNICACIÓN
Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la
Universidad Nacional de La Plata (FPyCS-UNLP)

Mesa: Campos laborales y rol del comunicador

Título: “Futuros laborales del planificador comunicacional”

Autores: GIANFRINI, María Flor; VARGAS, Teresita; ZAPATA, Natalia (docentes del Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales de la FPyCS-UNLP)

Mail de contacto: materialesnatalia@yahoo.com.ar

Resumen:

En esta ponencia pretendemos socializar el análisis y discusión que docentes y alumnos del Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales¹ compartimos en torno a los ámbitos, contextos y relaciones profesionales del futuro laboral de los comunicadores sociales. Para ello, tomaremos como punto de partida los elementos planteados en las *imágenes de futuro* construidas por los estudiantes en el marco de un ejercicio prospectivo realizado al inicio del proceso pedagógico.

Durante la cursada, los/as alumnos/as realizaron una práctica en la que se proyectaron insertos en el campo laboral y luego problematizaron acerca de los caminos que deberían seguir para llegar a ese futuro deseado. Las producciones fueron sistematizadas por el equipo de docentes que integran la cátedra y los resultados del estudio han sido debatidos de manera plenaria en las aulas, instancia en la que se pusieron en juego significaciones cargadas de angustias, sueños, deseos y utopías.

¿Qué tipo de comunicador están imaginando ser los estudiantes? ¿En qué ámbitos, contextos y relaciones profesionales plantean su inserción laboral? ¿Qué posicionamientos políticos y qué demandas en la formación expresan esos imaginarios? ¿Cuáles son los indicios de futuro que se pueden identificar en sus discursos? ¿De cara al cambio del Plan de estudios cómo recuperar estas demandas de los estudiantes respecto de la formación e inserción laboral? Estos son algunos de los interrogantes que problematizaremos a lo largo del trabajo.

El comunicador social desde el imaginario académico

- *Explorando el plan de estudios de la FPyCS-UNLP*

¹ Materia obligatoria de la orientación Planificación Comunicacional en la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Universidad Nacional de La Plata)

La propuesta didáctica pedagógica de la cátedra Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales se enmarca en Plan de Estudios 1998, en el cual se señala que el objetivo de la orientación en Planificación Comunicacional es *capacitar teórica y operativamente, para investigar, analizar, diagnosticar, diseñar, formular, ejecutar y evaluar procesos, planes, programas y proyectos de comunicación social en los diferentes espacios y procesos sociales, económicos, políticos y culturales de la sociedad.*

En un nivel mayor de concreción, el plan de estudios vigente sostiene que los comunicadores egresados de la orientación podrán intervenir en procesos de comunicación vinculados con:

- Políticas públicas estatales, tanto a nivel nacional, provincial, regional y municipal, ejecutadas desde cualquiera de los poderes que conforman el sistema de gobierno;
- Organizaciones e instituciones no gubernamentales o sin fines de lucro, cualquiera sea su nivel de actividad, ya sea tanto a nivel nacional, provincial, regional y municipal; de carácter micro, mediano y/o macro social;
- Organizaciones del mercado o con fines de lucro, tanto las de producción de productos tangibles como intangibles y cualquiera sea su dimensión operativa, pequeñas, medianas o grandes, cuya producción o servicio sea destinada al mercado local, regional, nacional o internacional;
- Otros espacios específicos de intervención o que se integren o confluyan transitoriamente en una política y/o actividad particular;
- El desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación y en los nuevos procesos de producción, sociales, económicos, políticos y culturales que dichos fenómenos generan.

Es decir, el diseño curricular presenta un perfil de comunicador capaz de investigar, diagnosticar, diseñar, formular, ejecutar y evaluar procesos sociales, económicos, políticos y culturales de la sociedad, desde una mirada comunicacional, con un abordaje inter y transdisciplinar.

El rol de “el nuevo comunicador” en los procesos sociales, la mirada del TPPC

Comunicador/a para el cambio social

Lo que distingue al “nuevo comunicador” es una mezcla de experiencia en desarrollo, una especial sensibilidad para trabajar con las comunidades, y el conocimiento de las herramientas y tecnologías de la comunicación. El nuevo comunicador tiene que encontrar un equilibrio entre una forma muy práctica de enfrentar la realidad social, y la capacidad de elaborar y conceptualizar estrategias.

Alfonso Gumucio Dagron

Los alumnos que cursan la orientación realizan *prácticas in situ* en diferentes ámbitos organizacionales (sociedad civil, empresas, políticas públicas). Es decir, participan de experiencias pre-profesionales que los acercan a los posibles espacios de inserción laboral. Estas experiencias implican, por lo general, un trabajo de campo en organizaciones sociales con los cuales establecen diálogos para la construcción colectiva de saberes, mediante la realización de un proceso de diagnóstico y planificación comunicacional.

Al mismo tiempo, estas prácticas suponen estudiantes de comunicación sensibles, atentos, creativos y activos, dado que comienzan a generar vínculos concretos, más allá del espacio áulico, con otros actores, ya sean estos profesionales de otros campos de las ciencias sociales o que participen de experiencias socio-comunitarias sin –necesariamente– un anclaje o un diálogo específico con las instituciones académicas.

La práctica en terreno que exige el Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales representa para gran parte de los estudiantes una experiencia significativa y el descubrimiento de muchos elementos (teóricos, metodológicos y prácticos) que hasta el momento desconocían, o el reconocimiento de los mismos desde una mirada *posicionada*, todo lo cual interviene decisivamente en la definición de su futuro desarrollo como profesional de la comunicación.

Mediante la formalización de saberes en un campo específico, se espera que el comunicador social pueda intervenir profesionalmente y colaborar en:

- Mediar procesos de comunicación para favorecer y potenciar la participación de los actores sociales protagonistas con los cuales se interviene.
- Fomentar la creación de espacios de reflexión crítica en los procesos de intervención social (su significación, reconstrucción, análisis y comunicación).
- Favorecer la capacidad de mirar reflexivamente las prácticas y los discursos de los actores sociales que participan en diversas experiencias socio comunitarias.
- Potenciar la capacidad de los protagonistas de esos procesos sociales de dar sentido, de significar la propia experiencia desde sus marcos de interpretación.
- Abrir espacios para el diálogo, la discusión y el consenso colectivo e implicar, mediante acciones de comunicación, a los actores sociales en la producción de conocimiento desde sus propias experiencias.
- Colaborar en el diseño de estrategias comunicacionales tendientes a socializar los aprendizajes surgidos de las experiencias, que los propios actores sociales han reflexionado.

- Favorecer la producción de materiales y productos comunicacionales en distintos lenguajes, soportes, géneros y formatos para dar a conocer sus actividades y experiencias.

Esta mirada implica, tal como nos aporta el comunicador boliviano Alfonso Gumucio Dagron, y que compartimos dentro de la materia: rescatar la raíz etimológica y conceptual de la palabra comunicación, *communio*, que viene del latín y que quiere decir compartir, participar, fortalecer en conjunto... (Gumucio Dagron: 2006). Tiene que ver con pensar un comunicador capaz de tender puentes hacia la construcción social, de fortalecer la comunicación para el desarrollo de los actores y de las comunidades desde una perspectiva de Desarrollo Humano, desde el derecho a la información y a la comunicación pero también desde el derecho a la participación ciudadana y democrática.

En consecuencia, se considera que el rol del comunicador en los procesos sociales, se ubica en el campo de “la comunicación para el cambio social” entendida como “horizonte paradigmático que incluye procesos de inclusión, participación, diálogo y apropiación” (Gumucio Dagron: 2006). Un lugar en el que el profesional de la comunicación se enfrenta a diversos retos: el de nombrar las cosas (y favorecer la reflexión de los actores sociales sobre el modo en que significan y pronuncian y comunican sus acciones), el de desarrollar y legitimar la disciplina (promoviendo reflexiones teóricas y metodológicas propias desde y con los actores sociales).

El rol del comunicador social desde las imágenes de futuro de los estudiantes

Ámbitos, áreas de trabajo, acciones concretas y aportes al contexto de intervención.

-“Yo hago trabajo voluntario en organizaciones de la comunidad y soy ayudante ad honorem en una cátedra pero pensé en un trabajo de marketing en una empresa o en el estado porque eso me asegura una entrada de dinero”.

-“Somos hijos de la crisis 2001 y me parece que estamos pensando el trabajo en el Estado porque vemos una reactivación, una fortaleza ahí”.

Relatos de los estudiantes del TPPC 2010

▪ Un ejercicio disparador para reflexionar sobre el futuro profesional

Al iniciar el ciclo lectivo con los estudiantes de la cohorte 2010, desde la cátedra-taller les planteamos a los estudiantes un primer ejercicio para reflexionar e imaginar el rol del comunicador social (primero de manera individual y luego de modo colectivo en plenario) y con ese objetivo, propusimos una actividad que denominamos “Prospectiva(mente)”

Anclamos esta ejercitación en una perspectiva prospectiva de la planificación. La prospectiva es, de acuerdo con Agustín Merello, “primero un acto de imaginación selectiva y creadora de un polo deseado, luego una reflexión sobre la problemática presente (para confrontarla con la deseada) y por último una articulación ensambladora de las pulsiones individuales para lograr el futuro deseable”. (Merello, 1993: 18). Desde el nivel macro en que se posiciona este autor, el propósito de la prospectiva es construir un modelo de sociedad futura mediante la anticipación de nuevas configuraciones que satisfagan las aspiraciones que motivan a los sujetos. (Merello, 1973:11). En tal sentido, la prospectiva está vinculada a la idea del cambio.

El cambio, en prospectiva, implica la construcción colectiva del futuro. Una propuesta metodológica para alcanzarlo es el trazado de una imagen de futuro, un relato capaz de dar cuenta de esos deseos, cambios y relaciones posibles.

En consecuencia, el ejercicio propuesto a los estudiantes que implicó tres momentos:

a) Partir de una imagen deseada respecto de cómo les gustaría imaginarse en un futuro profesional, teniendo en cuenta:

- Ámbitos de trabajo (espacios institucionales concretos de inserción profesional)
- Relaciones profesionales (interacción y trabajo con otras disciplinas; trabajo en equipo)
- Temáticas y áreas de especialización
- Tareas y responsabilidades

b) Teniendo en cuenta que la mirada prospectiva implica pensar los caminos, cambios, acciones e interlocuciones necesarias para comenzar a trazar el futuro posible, les propusimos que sin, perder los sueños, volvieran al presente para mirar detenidamente los siguientes aspectos que habría que atravesar para llegar a ese futuro profesional imaginado y deseado:

- Perspectivas de formación (posibilidad de continuar estudios sistemáticos: posgrados (especializaciones, maestrías); cursos, seminarios, etc.)
- Bagajes teórico-prácticos (miradas conceptuales y metodológicas que deberían profundizar)
- Experiencias realizadas o en curso (prácticas concretas en diversos ámbitos y/o temáticas de interés)
- Vínculos y/o contactos (relaciones profesionales)

Este último ejercicio posibilitó identificar indicios de la imagen de futuro deseada. Volver al presente implica revisar lo que separa al presente del futuro imaginado, establecer las brechas, las distancias que distancian la realidad actual de la realidad futura..

- **Algunos corolarios para compartir las imágenes de futuro deseado**

Los docentes del TPPC consideramos que esta práctica realizada con los estudiantes aporta elementos valiosos que permiten diagnosticar lo que están proyectando e imaginando los estudiantes de cara a su egreso en la carrera y, a la vez, se nos presenta como un material significativo para la reflexión y el análisis sobre el tipo de comunicador que la Universidad pública, libre y gratuita está formando en relación con las demandas que presentan los estudiantes.

En tal sentido, sistematizamos los trabajos individuales y registramos los principales ejes de discusión que se generaron en el aula al momento de la exposición general de estas producciones. Para la tabulación de los trabajos de los estudiantes, se fijaron los siguientes criterios:

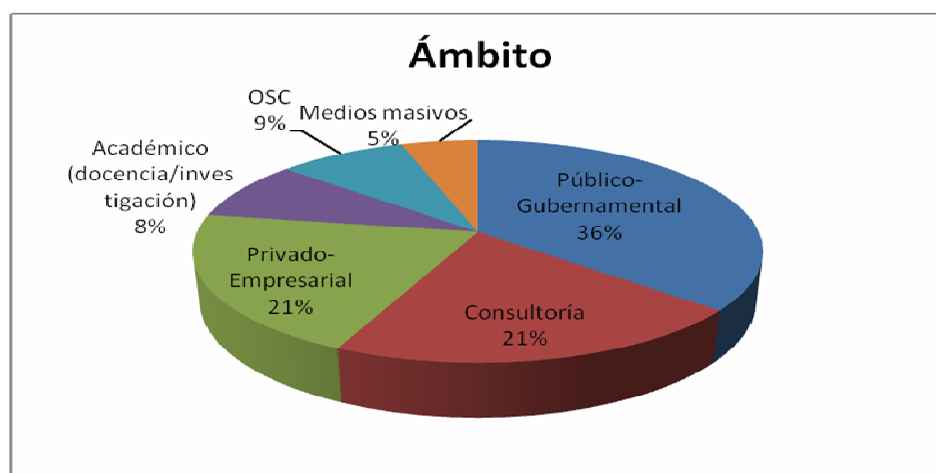
- a) Considerar las producciones de todas las comisiones (dos de la mañana y dos del turno vespertino);
- b) Tener en cuenta todas las expresiones de los alumnos;
- c) No registrar las “no respuestas” a algunos ejes planteados por parte de los/las alumnos/as.

A continuación, compartimos algunas conclusiones de la lectura y análisis de los datos, al tiempo que nos planteamos ciertas preguntas que invitan a reflexionar, que intentan profundizar de manera crítica el estudio de estos imaginarios acerca del rol del comunicador social.

Cabe destacar que participaron de esta experiencia, alrededor de ciento treinta estudiantes que se encuentran cursando el Taller en las diferentes comisiones del presente ciclo lectivo.

- **Espacios de inserción profesional**

En cuanto a los espacios de inserción profesional, el análisis cuantitativo de las producciones indica que el mayor porcentaje, un 36 por ciento de estudiantes, se ve trabajando en el ámbito público-gubernamental (generalmente en algún Ministerio). Luego, alrededor de un 21 por ciento se orienta a las empresas privadas y otro tanto se plantea un emprendimiento/empresa de comunicación independiente y propia (servicio de consultoría). Es de destacar que menos del 10 por ciento de los futuros comunicadores sociales se piensa inserto en una organización de la sociedad civil.



Respecto de estos datos, consideramos algunos elementos del contexto socio-histórico que aportan argumentos para explicar esta realidad: a lo largo de los últimos diez años, el Estado –en sus distintos niveles, poderes y jurisdicciones- ha venido incorporando de manera paulatina a comunicadores sociales en su gestión de gobierno. De hecho, la mayor parte de las dependencias estatales cuenta con un área o espacio dedicado a la gestión de la comunicación institucional.

Al mismo tiempo, este fenómeno se fue presentando en el sector privado y microemprendedor, lo que hace aparecer pequeñas y medianas empresas familiares o individuales que comienzan a ofertar y tercerizar servicios de consultoría para el sector público o privado.

Al momento de la exposición en el aula, muchos estudiantes pusieron de relieve lo que ellos veían como un “refortalecimiento de la acción estatal”. “Nosotros vemos que el Estado está empezando a fortalecer su rol, vemos muchas políticas públicas”. “Cualquier dependencia tiene página web y se muestra todo lo que se está haciendo”.

Asimismo, un estudiante de la comisión de la mañana precisó: “El profesor de [la asignatura] Teoría Crítica del Estado se asombró que este año nos inscribiéramos tantos alumnos”. Y un compañero de aula aportó: “Nunca se habían anotado tantos teniendo en cuenta que es una materia optativa, que la podés hacer o elegir otra, quiere decir que hay un interés por estudiar lo estatal y lo público.”

Estos elementos –expuestos a modo de “indicadores”- observados por los estudiantes da cuenta de un posible lugar de inserción laboral en los espacios que abre el Estado: desempeño en áreas de comunicación institucional y prensa; participación en equipos de producción de políticas públicas; trabajo de socialización y difusión de la gestión estatal; diseño y desarrollo de materiales para acompañar los procesos de comunicación de las políticas, entre otros. De igual modo, se plantea la inclusión en el sector privado.

Resulta significativo que el menor porcentaje de estudiantes visibilice las organizaciones de la sociedad civil como ámbito posible de inclusión laboral y desarrollo profesional (nueve por ciento). De igual manera, pocos consideran la academia como ámbito de trabajo, ya sea para ejercer la docencia o dedicarse a la investigación social (ocho por ciento) y mucho menos los que se plantean un desempeño en los medios de comunicación (cinco por ciento).

En tal sentido, el debate en el aula hizo emerger algunos elementos que aportaron a la comprensión de estos datos: “No conocemos a las organizaciones”; “Yo sabía que en [el Taller de Planificación de] Procesos [Comunicacionales] hacías un trabajo con una organización pero para trabajar, no sé”. Es decir, el discurso de los estudiantes manifiesta un desconocimiento a priori acerca del potencial de las organizaciones comunitarias para el diálogo y la incidencia sobre lo público. Este aspecto es lo que prioriza el Taller para conceptualizar, contextualizar y problematizar el rol de las organizaciones en el espacio social.

En el intercambio también se hizo evidente un desconocimiento de los programas de investigación de la UNLP (sistema de becas, desarrollo de proyectos en el marco de las cátedras) y de las instituciones dedicadas al desarrollo y promoción de la investigación (CIC, CAICYT, CONICET).

En relación con estos “desconocimientos”, a esta falta de in-formación, es válido destacar que, al no contar con los datos del contexto, no es posible para los estudiantes de referencia, construir una imagen de futuro precisa.

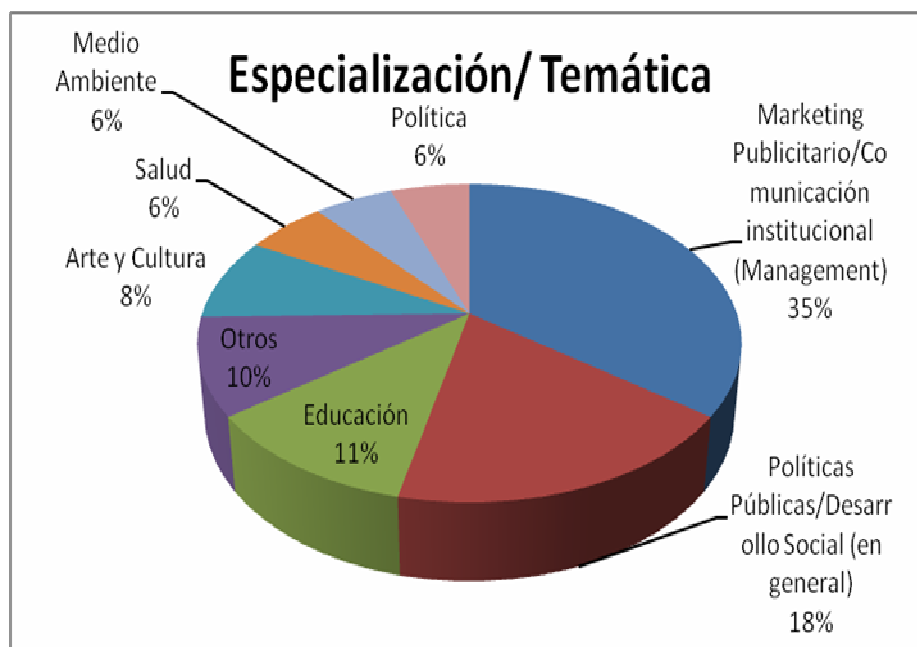
- **Áreas y/o temáticas de especialización**

En este punto nos interesa revisar cuáles son las áreas y/o temáticas de especialización en las que están imaginando involucrarse los futuros comunicadores insertos –en su mayoría- en el sector público y privado.

Al respecto, las opciones que aparecieron con mayor recurrencia fueron Marketing y Publicidad junto con Comunicación Institucional. En segundo término, se hace presente el trabajo en relación a las Políticas Públicas vinculadas al desarrollo social general.

Asimismo, se destaca en cierta medida la orientación hacia la Educación y, entre los temas diferenciados, aparecen mencionados los siguientes: Arte y Cultura, Política, Medio ambiente y Salud.

En tanto que, dentro de la opción “Otros” (con una única aparición) se encuentran: Comunicación y diálogo intercultural; Organización de eventos; Diseño industrial para la agricultura extensiva; Deportes, Turismo; Niños y Jóvenes; Indígenas.

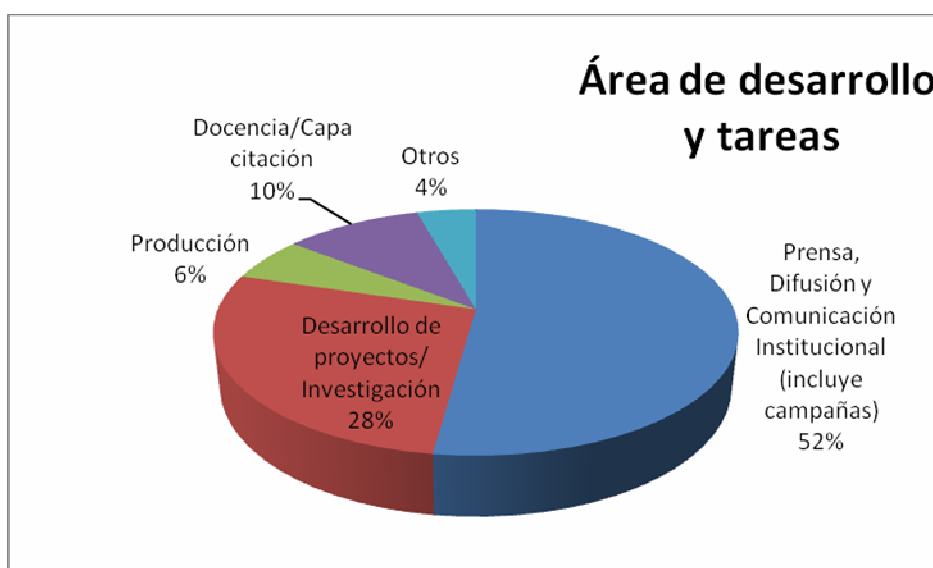


Ante estos datos, como docentes nos surge el siguiente interrogante: si se está pensando una especialización que pone énfasis una herramienta como el marketing y se proyecta trabajar desde una mirada vinculada al managment ¿por qué elegir la carrera Comunicación Social si aquellas especializaciones son ofertadas por el mercado como *carreras cortas de rápida salida laboral*?

En ese sentido, consideramos en las prácticas concretas de los estudiantes –más allá de los deseos e imaginarios puestos en este ejercicio de reflexión sobre el rol del comunicador- valoran y legitiman un recorrido académico por la universidad nacional, pública y gratuita. Particularmente una formación en una Facultad que es pionera en Argentina y en América Latina en los estudios de periodismo y comunicación social.

- **Acciones y tareas a cargo**

En relación con acciones y tareas a cargo, a partir de las producciones de los estudiantes, se pudo realizar el siguiente detalle: respecto de la categoría “Prensa, Difusión y Comunicación Institucional” (incluye diseño y desarrollo de campañas) fue mencionada por el cincuenta y dos por ciento de los estudiantes. El ítem “Desarrollo de proyectos e investigación” apareció en el veintiocho por ciento de las respuestas, en tanto que en la opción “Otros” se incluyeron: organización de eventos; docencia y capacitación; diseño curricular y producción de contenidos.



Las actividades de prensa y difusión, liderando el gráfico de torta nos lleva a plantearnos si en este imaginario de los futuros comunicadores ¿Se está pensando a la comunicación como un instrumento?

Este ejercicio nos dio un primer encuadre acerca de la situación en la que se encontraban los estudiantes respecto del recorrido por el diseño curricular trazado en el Plan de Estudios. En la mayoría de los casos, los alumnos cuentan en su libreta estudiantil un número de once materias aprobadas, que son las asignaturas mínimas y obligatorias para elegir la Orientación de Licenciatura, de acuerdo con lo planteado por el diseño curricular de la carrera.

Pero en ese recorrido se suelen priorizar los espacios curriculares denominados “de producción”, en cuyos contenidos pedagógicos desarrollan elementos que ponen énfasis en la práctica propiamente

periodística, a diferencia de lo que plantean las áreas “comunicacional” (que problematiza los lenguajes pero también los sujetos y la cultura, todas estas instancias de saber en relación) y “contextual” (que permite entender los problemas comunicacionales en relación con otras disciplinas –sociología, antropología, semiótica, etc., desde una perspectiva inter y transdisciplinar).

En consecuencia, consideramos que ese recorrido “vertical” que hacen los estudiantes por las asignaturas del ciclo básico poniendo énfasis en el área de producción, tal vez sea el motivo por el cual pensar –a priori- la comunicación como un instrumento, como vehículo para la “difusión” y “la producción de mensajes” más que como una instancia de relacionamiento, diálogo, interacción, negociación, producción de sentidos sociales.

- **Rol específico del comunicador**

Al pensar el rol específico del comunicador en la trama social, más de un tercio (la mayoría de los estudiantes) se reconoce trabajando como integrantes de equipos interdisciplinarios. En tanto que otro tercio se propone ser el máximo responsable del área (de Comunicación, de Marketing y Publicidad, o como Coordinador de un equipo interdisciplinario).

Asimismo, con menor tendencia, los estudiantes se imaginan como asesor/a de comunicación, y/o se propone ser Director/a de su propia consultora, y en último lugar como docentes (ocho por ciento). Dentro de Otros, se incluyeron: dirección de productora de televisión; responsable de área de investigación; jefatura de relaciones públicas.

Ahora bien, leyendo con atención estos datos, creemos necesario revisar qué se entiende por trabajo interdisciplinario: la interdisciplina implica trabajar con Otros, en diálogo, en interacción, en producción conjunta.

En ese sentido, no es lo mismo trabajo EN equipo que CON equipo. Y colocamos mayúsculas a modo de alerta porque observamos que los estudiantes se están pensando como profesionales que hacen un trabajo interdisciplinario pero sus prácticas dan cuenta de la asunción de un rol directivo (como directores/coordinadores de un equipo), lo cual no implica –necesariamente- una labor colaborativa.

¿También tiene que ver con esto el recorrido de materias muy ligadas a la práctica periodística donde tradicionalmente se producía en solitario? ¿Los estudiantes están teniendo espacios curriculares que problematicen la dimensión de la interdisciplina y el trabajo en equipo? ¿De qué manera se plantea? ¿Por qué no pueden imaginar un trabajo realmente en relación con otros y resulta más fácil pensar un trabajo donde el profesional de la comunicación toma sus propias decisiones (director, asesor)?

Es válido reconocer que estamos atravesando con los estudiantes una de las primeras materias de la Orientación y que en esta instancia es cuando generalmente se comienza a hacer síntesis de muchos contenidos y empiezan a integrarse conocimientos articulando teoría y práctica. Y el Taller en ese sentido, se instala como espacio integrador de saberes que luego redunda en instancias sucesivas de construcción y abordaje de problemáticas de la práctica comunicacional y su investigación (otros talleres, seminarios y la instancia máxima de integración que es la producción de la tesis de grado).

- **Los indicios de futuro en dichas imágenes**

“La prospectiva adquiere su auténtico sentido cuando está guiada por una intención o una razón motriz que se expresa en un sistema de ideas y valores en virtud de los cuales los actores sociales definen un objetivo y establecen un futuro deseable” Washington Uranga, 2007

Los signos portadores de futuro o hechos portadores de futuro, según Juanjo Gabiña (Gabiña, 1999), son aquellas manifestaciones en el presente, capaces de adelantar los cambios que se pueden producir en el futuro. “Al principio, estos cambios no suelen ser más que pequeños gérmenes, por lo que difícilmente son detectables. Son como minúsculos copos de nieve que pasan inadvertidos pero que luego se transforman en grandes aludes, con consecuencias, muchas veces irreversibles”. (Gabiña, 1999:6).

A partir del análisis de las brechas, es posible identificar estos signos

En la reflexión acerca de las brechas que separan a la imagen proyectada y la situación presente, los estudiantes pudieron analizar algunos indicios de futuro en sus propias producciones. En líneas generales, podemos decir que aparecen por los menos dos indicios de futuro concretos: las prácticas pre-profesionales y las capacidades en desarrollo y a desarrollar.

Un gran porcentaje de estudiantes (cerca del cuarenta por ciento) manifestó estar participando o haber participado de algún espacio mediático/ académico/ organizacional vinculado de alguna manera con la carrera de comunicación. Entre las prácticas y experiencias más mencionadas aparecen: su trabajo voluntario en diversos proyectos de extensión y/o en organizaciones; su trayecto como ayudantes alumnos en la Facultad, y su participación militante. Luego se menciona: realización de otra carrera, tener un interés “activo” por la temática de la Comunicación. En *Otros* se incluyen: contactos estratégicos y cursos realizados.

Al evaluar estas respuestas con los propios estudiantes, pudimos comprender que los alumnos, a medida que avanzan en sus estudios, van incorporándose a grupos de estudios, proyectos específicos (extensión, voluntariado); ayudantías en distintas cátedras. En tal sentido, es válido destacar que la Facultad promueve estos espacios, la extensión y las practicas preprofesionales que posibilitan a los estudiantes formar parte de grupos concretos de trabajo y de futura inserción laboral.

De acuerdo a lo que se consigna explícitamente en los trabajos respecto de capacidades a desarrollar, muchos estudiantes se plantean continuar su formación y especializarse a través de estudios de Posgrados (otra carrera o cursos Trabajo interdisciplinario, necesidad de formación continua también se plantean: saber coordinar equipos desarrollar experiencia en terreno y conocer herramientas de Planificación y Comunicación Luego aparecen especificados: perseverancia, capacidad de mediación y manejo de idiomas. Dentro de *Otros* se incluye: profundizar contacto con la comunidad, flexibilidad, capacidad de escucha; conciencia social; vinculación con otros comunicadores con experiencia; desarrollo de proyectos; herramientas para trabajo comunitario, manejo de herramientas participativas, educación popular.

Los *posgrados* más mencionados son: Publicidad y Marketing ; Gobierno y Asuntos Públicos/Políticas Públicas; Gestión Cultural; Derecho ambiental; Ciencias Políticas; Especialización en Educación. Entre los *cursos consignados* los relevantes resultan: Fotografía; Marketing/Publicidad; Comunicación interna; Edición/Montaje/Iluminación. En tanto que la mención a *otras carreras* indica con mayor frecuencia: Producción Televisiva y radiofónica; Profesorado/Formación Pedagógica; Formación Humanística y Antropológica; Relaciones Públicas; Profesorado en Comunicación

A pesar de la diversidad de ofertas de cursos de posgrado, seminarios, especializaciones, maestrías y hasta doctorados inscriptos en el campo disciplinar de la Comunicación Social, es posible observar

en el deseo de los estudiantes que la publicidad y el marketing son prioritarios y aparecen marcando la tendencia sobre los horizontes de formación futura.

Algunas conclusiones para seguir debatiendo

- **Demandas de formación –relación con el contexto**

Para concluir de alguna manera este trabajo reflexivo sobre una práctica realizada por nuestros estudiantes, nos interrogamos ¿Qué demandas en la formación expresan esos imaginarios? y ¿Qué relación con el contexto global se puede establecer sobre estos imaginarios? A priori consideramos que no creemos tener respuestas precisas y definitivas a esta gran pregunta. Sin embargo, dejamos planteadas algunas inquietudes para poder pensarlas conjuntamente.

Consideramos de gran valor el hecho de que un número considerable de estudiantes se encuentre desarrollando prácticas pre-profesionales en distintos espacios institucionales, este es un indicio de futuro que va posibilitando encontrar caminos, construir relaciones y fortalecer los aprendizajes.

No obstante, tras analizar el ejercicio planteado, es indudable que existe una fuerte tendencia, en los alumnos pronto a graduarse, de pensarse insertos en ámbitos institucionales ligados al Estado o Sector Privado desarrollando su labor profesional en áreas vinculadas con la prensa, la difusión y la comunicación institucional.

Para ello, muchos piensan formarse privilegiando estudio de posgrado muy ligados al marketing y la publicidad. En este sentido, si cruzamos los espacios de intervención o de trabajo profesional con los roles, tareas y actividades a desarrollar por esos profesionales vemos que hay una fuerte tendencia a pensar en “espacios laborales de éxito”, tal como lo plantea el mercado.

Asimismo, resulta significativo que entre los roles y actividades imaginados como futuros comunicadores -como vimos- los estudiantes ponen énfasis en el trabajo interdisciplinario pero hay una preferencia sustantiva por ocupar lugares vinculados con el asesoramiento a actores políticos; ejercicio de jefaturas; liderazgo de equipo.

Algunos elementos del contexto global que nos parecen reveladores para articular con los resultados de las producciones son: la primacía del mercado; la debilidad institucional del Estado que pareciera

mermarse; la crisis de representatividad política. En este contexto, los jóvenes estudiantes de comunicación hacen el esfuerzo por reflexionar e imaginar su futuro cuando la realidad en la que se encuentran inmersos los invita a pensarse en el inmediato presente.

Por otro lado, la dominación de mercado singulariza (ya que sólo algunos grupos acceden y se benefician dentro de él) pero genera fragmentación y apropiaciones emergentes cuando, por ejemplo, se abren economías informales que intentan una "inclusión" desde la alternatividad y los jóvenes comunicadores piensan su trabajo en organizaciones de la comunidad. Estos son procesos de resistencia o alternativas que plantean los sujetos en su objetivo por construir y reconstruir la vida profesional en medio de *instituciones estalladas* (como diría la psicóloga Ana María Fernández), de crisis económicas y de representatividad política, inseguridad social, innovaciones tecnológicas, conflictividad social.

- ***El aporte de la perspectiva prospectiva en la construcción de un nuevo comunicador***

Desde la perspectiva prospectiva, la construcción del futuro supone someter a la crítica las prácticas presentes de los actores y las instituciones, porque en ellas residen modos de ser y actuar que conllevan modalidades inherentes a un modo de ver el mundo. Esta forma de ver el mundo muchas veces pueden ser contradictorias con los propios deseos de cambio de los sujetos y con sus imaginarios de futuro (Uranga, 2007). La mirada crítica sobre las propias prácticas supone ubicarse en la inevitable tensión permanente de la mirada futura inserta en el presente para transformar las prácticas y la vida cotidiana como expresión de muchos limitantes de lo que se quiere alcanzar en el futuro.

El Plan 1998 tiene doce años de antigüedad, cientos de egresados, de docentes formados, de enseñanza y aprendizaje, de producción, de reflexión y práctica de la comunicación. Pero ante el contexto que ponen de manifiesto los estudiantes, como docentes creemos necesario asumir la complejidad presente, prestar atención a estos imaginarios, someterlos al análisis crítico para luego revisar el perfil de profesional que se está formando; para mirar colectiva y reflexivamente la construcción que hacemos de los futuros comunicadores; para poder construir nuevos y renovados procesos de comunicación, nuevos comunicadores.

Bibliografía de referencia

- GUMUCIO DAGRON, Alfonso; *Tiempo de milagros: tres retos de la comunicación para el cambio social*, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, disponible en www.c3fes.net, Lima, agosto 2006.
- GABIÑA, Juanjo; *Prospectiva y planificación territorial. Hacia un proyecto de futuro*. Alfaomega, Bogotá, 1999.
- MOJICA, Francisco José; *La construcción del futuro. Concepto y modelo de prospectiva, estratégica, territorial y tecnológica*. Convenio Andrés Bello – Univ. Externado de Colombia, Buenos Aires, 2005.
- MERELLO, Agustín; *Prospectiva. Teoría y práctica*. Edit. Guadalupe, Buenos Aires, 1973
- FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACION SOCIAL-UNLP *Documento curricular y plan de estudios 1998*. EPC, La Plata, 1997.
- TPPC (Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales-FPyCS-UNLP); *Programa académico 2010*, La Plata, marzo de 2010.
- TPPC (Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales-FPyCS-UNLP); *Práctica Prospectiva(mente)*, La Plata, abril de 2010.
- URANGA, Washington; “Glosario de Prospectiva” documento interno de cátedra Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales. Año 2007.